网络新式文学的传播机制与流行成因分析

作者：陈俊丞
（北京印刷学院，北京 102627）

chinaXiv:202303.00766v1

【摘要】各式各样的流行语构筑了独特的网络亚文化景观，网络流行语不仅代表着一种语言现象、文化现象，也是反映时代变迁、群体心理的社会现象。本文从传播学中的模因理论、互动仪式链与参与式文化以及元传播这三个理论视角对网络流行语的生产与传播机制进行解读，并从媒介技术、网民心理、语用功能这三个层面对流行语得以流行的原因进行分析，以更好的认知和把握当代网络流行语的生成与传播规律。

【关键词】网络流行语；传播机制；传播学理论

1. 引言

从凡尔赛文学、到丫头文学、废话文学、emo 文学，再到最近兴起的发疯文学、阿瑟文学，这些在网络上流行起来的所谓的某种文学，实际上是一种特定的“梗”并由此繁衍而来的具有一定语言特征和表现形式的梗文化。从严格意义上来看，这些由流行语所堆砌组成的新式文学本身并不具备传统意义上的文学性，之所以带有“文学”二字，显然带有戏称、反讽和解构传统的意图。但是，任何一种能够被广泛接受、使用和流传的新兴语言，都是反映精神风貌、社会环境、情绪心理以及文化症候的一面镜子，从这个意义上来看，它们又都具备了一定的文学效果。一方面，借助于网络与新媒介的发展与成熟，文学话语权再次转向民间，这些网络文学表现出与官方话语截然不同的风格与取向，带有明显的群体参与、大众书写的特征[1]。另一方面，这些网络新式文学，通过旧瓶装新酒的方式，由网民自发创造出新的语言、新的表达，呈现出新的意义，并对社会文化、人们的精神生活与生产产生了影响，因此是值得研究与讨论的。

这些伴随互联网发展兴起的各类新言新语，共同构成了网络亚文化的重要组成部分。尽管他们所表现出的语言形态、文本特征、传播机制各不相同，但都同样归属于网络青年亚文化，在传播规律与流行成因方面也存在着一些共性。本文通过观察、参与这些网络文学的传播与应用，提炼并从传播学视角解读这些网络文学之间存在的共性。

2. 网络新式文学的生产与传播机制

2.1 模因的复制、模仿与扩散

模因（meme）的概念最初起源于英国的理查德·道金斯，模因是在文化传承与进化中的最基本单位，也称为文化因子。他认为，模因是文化演进的驱动力，文化的传递方式主要依靠模因的复制、模仿与扩散。模因根据其真实性、繁殖性以及生命周期的不同，分为强势模因与弱势模因。强势模因往往具有较高的真实度、存在周期较长并且带有复制能力强的特点。

[1] 吴敏.论网络文学民间话语权的回归[J].四川职业技术学院学报,2013,23(06):51-53.

chinaXiv:202303.00766v1

强势与弱势模因的定位并不是一成不变的，往往会根据时间的推移、舆论环境以及受众关注焦点的变化而进行转变。

在流行的各种网络新式文学中，其特点显著的语体表达就是模因。这些模因往往具有新奇性、强语境性以及文本上的空白。首先，新奇性就是新鲜、猎奇的表达方式，能够引起受众主动参与模因的复制与传播。比如，凡尔赛文学不同于以往一般意义上的炫耀，而是一种“谦虚的炫耀”，通过先抑后扬、自问自答的方式在不经意间展示自己的高品质生活；其次，强语境性是指语境适用性强，能够通过网友的竞相模仿与再创造裂变成多个版本，辗转于多种社交场景。并且，这种裂变不仅表现在文本上的重建，在表现形式上也有诸多变化。比如，发疯文学最初源于网友与电商客服之间催发货的对话情景，网友用大段夸张、无序、情绪饱满的文字句式与对方对话，引发了意想不到的效果。随着迅速发酵扩散，又逐渐增加了发疯文学上学版、发疯文学上班版、发疯文学爱情版等各种版本。除了文字上的改变，还出现了大量“发疯”表情包、短视频，甚至是周边产品，如贴纸、手机壳、T 恤。这些语言模因能够吸引受众的注意和使用，并最终形成一种媒介现象、一种网络文化，除了模因自在的规律之外，还归结于这些模因可以很好地融入动态的社会语境中，能够被有效的使用。最后，文本上的空白，并非指这些语言在语法、语义上的漏洞，而是指这些模因本身的创新性很强，能够引发读者根据自身需求对其进行意义解读和再编码，并且使用的门槛极低，基本上是短浅的日常用语，很容易被模仿、复制与传播。

2.2 一种互动仪式与参与式文化

互动仪式链由美国社会学家柯林斯提出的，此理论主要强调社群交往中参与者之间的情感、情绪连接与共享。根据互动仪式链理论中的主要内容，虚拟场域互动仪式的启动需要具备四个条件：虚拟空间的在场、各参与者之间的身份认同、注意力的集中以及参与者情绪的共鸣。在各类新型网络文学的生产与传播过程中，原本分散的受众由共同的关注点——一种新奇的语体而牵引到一起，组成一个临时的虚拟社群，在虚拟的网络社群中展开讨论、互动，不断地进行内容生产和创造。人们的这种分享、互动、加工就构成了一种专属仪式。同时，这种仪式并非是一种程式化的正式典礼，而是有助于激发参与意识，共享体验和情感的过程[1]。在各种流行的网络新型文学中，社群的形成并没有像其他社群有明显的界限和严格的准入规则，只要掌握了其中的精髓，使用了相关的话语表达、表情包等种种形式就可以成为其中一员与他人进行互动。人们在互动中除了凸显自我表达，更重要的是获取精神能量，像废话文学表面输出一些无意义的文字，实则是缓解社交恐惧、排遣孤独情绪；发疯文学则借用文学语言的形式，进行压力的输出和情感宣泄。

詹金斯的参与式文化则注重创造性和群体参与感，强调网络文学的打造是一个人人都可以参与的过程。詹金斯引出了“盗猎”和“游牧民”的概念来形容参与者在网络中对原创作品的挪用和再生产。在网络新型文学的形成过程中，网民们在其中恣意的玩起了文字游戏，他们实现了通过对各种文字的拼贴、组合，展开了一种充满想象力与创造力的解构和重构这样一种意义生产过程，打造着代表自身阶层和意愿的文化。例如，在发疯文学中，网友们就挪用了经典文学《红楼梦》里面的内容，对其进行二次赋能，建构了“林黛玉发疯文学”这样一种新的语体，以此达到借他人之口抒发己情的实用目的——当朋友许久没有回消息时，可以发“你大抵是倦了，竟回我这般敷衍”；当吐槽工作压力大，可以用“横竖就拿那么一点工资，还要 24 小时使唤人了”。流行语的打造与传播本身就是一个自由、平等的全民参与创造的过程，是参与式文化的极致体现[2]。

[1] 吴迪，严三九. 网络亚文化群体的互动仪式链模型探究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报),2016,38(03):17-20.
[2] 黄婉童. 网络流行语及其社会传播功能[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版),2019,52(03):123-125.

不管是互动仪式链还是文本盗猎者，总是离不开人们的互动及其绝佳的创造力。一种流行语的形成，并不仅仅是简单的语言学层面的理解，同时也是人社会属性和主体性的展现，以及人们对情感和归属感的双重追求。

2.3 元传播：一种关系的传播

元传播概念最早由美国社会学家贝特森提出，用来描述为了传播而进行的传播行为。元传播的本质是一种关系传播，强调起决定性作用的是传授者之间的关系而不是传播内容本身。一方面，网络时代，人们的社会关系在网络平台被重新部落化，人们对关系传播的倚重逐渐超越大众传播。另一方面，伴随网络信息的爆炸式与碎片化增长，信息的交换价值已经超过其真正的使用价值。如同网友们对各类语言游戏的积极参与，实际上和其文字内容本身的关系不大，重要的是这样一种集体行为背后所代表的社交意义。人们通过建立一种专属标签或符号，追寻关系的建立和身份的认同。

一个共通的话语体系其背后通常传递着同一种情绪或态度，而同一种信息依据不同的传播关系也会解码出不一样的意义，因此，一个群体往往很难理解另一个群体中流行的话语。如今，对网络新式文学热衷的大部分都是青年群体，他们是伴随互联网发展起来的一代，深谙互联网传播机制，他们也擅长建立一套间接、隐晦的话语和修辞以维护自身的差异，与其他群体产生区隔。同时，他们通过利用话语在交流之间寻找定位，达成默契。而中年人、老年人只能游走年轻人构造的话语边缘，对于他们而言，接受和精准的使用流行语是困难的。每一种网络话语的增殖和演化都是迅速且复杂的，熟练的应用一种流行语不仅要花费心思了解它的初始意义，还要即时了解不断增添的新意义和新内涵，接踵而来的新式语言使得他们应接不暇，无心更无力去了解其中的运作，进一步被排斥在网络生活之外。

除了在人际关系与传播方面的深层理解，埃德娜•罗杰斯进一步提出讯息意义的两个层级——内容意义和关系意义[1]。在网络新型文学的传播过程中，讯息的关系意义总是超越其内容意义。网络中充斥着各种新的段子和梗文化，即使这些新式文学在很多时候不能为正统文学带来发展和进步，但我们要允许这种无意义话语的存在，因为这种传播行为本身就是一种乐趣，个体意识的形成和社交关系的建立就是种种有无目的与意识的关系传播当中建立的。

3. 网络新式文学的流行原因

3.1 生长土壤：数字媒介与多元表达

网络新式文学的建构传播必然离不开技术层面的支撑。互联网提供给人们一个虚拟的共在空间，使得人们不需要亲身到场就可以参与交流，进行互动，而互联网的即时性更是为参与者营造一个更为真切的互动体验。互联网提供的虚拟场域为网络语言文学的生产、传播提供了基础与前提。数字化媒介则在其传播形式和途径上发挥了重要作用，使得网络流行语言既可以以文字的形式呈现，又可以转化成表情包的图文形式，或者作为素材融入到视频之中，并在传播随时开拓其新的表现形式和内涵。各类网络流行语在文本表达上的日常性、短浅性、娱乐性与互联网信息海量、迅速、低成本等传播规律十分契合，这也加速了由简单的媒介符号到媒介奇观的生成。在社交平台上，还有专门的相关文学生成器的小程序，上面不仅包括文本的生成，还有各种各样的表情包，网友只需根据自身需求进行简单的操作就可以完成流行语的表达与传播，大大地节省了网友的时间和传播成本。

3.2 网民心理：身份认同与话语表达

身份认同既包括人对自我的认知也包括对自我所属群体的认同感。人的自我认同是一个

[1] 王金礼. 元传播:概念、意指与功能[J]. 新闻与传播研究,2017,24(02):118-125.

chinaXiv:202303.00766v1

不断与外界联系并不断反思自我、理解自我并确认自我的内在化过程[1]。在网络空间中，网民特别是年轻一代，试图彰显个性，标新立异，建立一个完美的“前台”形象，得到别人的肯定和尊重，渴望在社交平台获得现实生活中的代偿性心理满足。于是，他们对传统语言和规范表达进行颠覆，生产和参与一套鲜明特征和风格的语言符号体系，不断塑造形象，建构身份，将网络流行语作为识别身份的符号标志。他们将暗含的情感和想法转移到幽默、诙谐的流行语言文学上，以语言为媒行使自己的意愿和情感。其次，除了实现自我认同，人作为具有社会属性的动物，还需要群体的归属感和社会认可。而网络流行语作为一种包含着能指与所指的符号系统，容纳着人们的诉求，浓缩着人们的情感，网络流行语作为交流和互动的最基础载体，很容易将网络中分散的个体聚集起来，形成文化区隔和群体指认，成员享受着情感上的共鸣，群体归属感也在交互中油然而生。网民作为参与者在不断的编码、解码的具体行动中获得自我和社会认同。

当下，网民已经很好的适应了由受者到传者的角色转变，对个人表达和信息传播也提出了更高的要求，自我意识的崛起和追求个人话语权的趋势也越发明显。承载着多元公民意见与表达的民间话语场，在语言表达上表现出协商与争讨、批评与创造的文化底色。不管是以对抗的方式、以嘲讽的方式，还是以自相矛盾的方式，以戏谑的方式，甚至是以一些学者认为的油腻的方式，网络流行语都体现了民间话语场对话语权的争取和诉求，以及人们难以在现实生活中释放的社会心理与情绪。在某些时刻，官方话语的权威和强力甚至无法抵挡民间话语的扩张，而转向一种温和的迂回策略，对其进行引导和收编。对于网民而言，他们在享受着话语狂欢的同时，也得到了掌握话语权的快感。不断在网络中涌现的新式语言已然成为公民扩张话语、表达民意的重要方式[2]。

3.3 语用功能：表达情绪与获得关注

流行语来源于生活，又汲取了生活表达中的精髓，以往人们难以启齿或者难以形容的体验和感受就有了象征性指代，使得网络流行语能够以更加简洁明朗的方式传达复杂的含义，就比如“emo”这个词，它是英文“emotional”的缩写，原本指涉的是一种情绪化的音乐风格，后来被网友用来形容当一个人感受到沮丧、忧郁、伤感，就可以用“我 emo 了”来表达；“废话文学”以一种说了又好似没说的简短回应来表现人们的不满、不耐烦和疲于应付的心态；“发疯文学”顾名思义，表现了人们一种精神崩溃，难以为继的生活状态...由此可见，每一种语言的背后，都透露着了当时人们整体所呈现的社会心理和情绪变迁。网民们在社交平台通过话语实践来诉说心事、勾勒群像，将流行语当做自身的隐身衣，在保持神秘和隐私的同时将自己内心真正的情感抒发出来。事实上，网络中很多流行语言的表层意义与民众想要表达的精神实质存在错位，表面上是追捧，实则是一种“反叛”。人们通过一种不在意的自我娱乐的方式舒缓内心，与自己达成和解[3]。

流量至上的时代，人们总想获得更多的眼光和关注，但纷繁复杂的信息世界让人们对信息的选择与识读无所适从，而若有了自带热度的网络流行语的加注，很容易使自己的信息从大量枯燥同质的语言中脱颖而出。不管是主流媒体还是自媒体，或者是网民个人，为了能够赶追潮流，接近受众，使信息更具可读性，流行语的使用便成为了叙写文案和脚本一种必要选择。

4. 总结

[1] 于鹏亮,付圣. 青年亚文化视域下网络流行语的使用行为与社会心态分析[J]. 宁夏大学学报(人文社会科学版),2022,44(06):111-115.

[2] 陈万怀. 网络流行语的社会传播意义和功用解析[J]. 新闻界,2013,(17):47-50.

[3] 冯琼. 网络流行语的文化景观与社会心态生成[J]. 声屏世界,2015,(06):66-68.

chinaXiv:202303.00766v1

作为一种全新的话语体系和社交方式，这些网络新式语言文学的生产传播离不开媒介技术、大众心理以及社交语用的共同影响和作用。对于网民个人而言，流行语的使用和传播有助于舒缓压力和情绪，增强个性化和主体意识，建构自我，寻求认同；对于社会和集体方面，流行语体现的是一种大众文学，是包括了网友们对经典文学的挪用与改造，对社会现实与事件的讽刺，对传统价值观念的颠覆和反抗等等内涵的具有创新性的集体行动和文化狂欢，有助于达成情感与认知上的社会共识和集体认同。

网络新式文学为大众的娱乐与生活带来了新鲜感和乐趣，但也带来对未来的多种担忧。各种网络新式语言文学的出现与传播正在对大众的语言习惯和思维方式产生着深刻且持久的影响。首先，对流行语的过度依赖和多频使用会造成失语症的出现，使人们在表达上逐渐变得贫乏单调、缺乏理性，重情绪化的表达也会使造成语言背后交流意义、价值与规范的消逝[1]。其次，流行语的迭代速度很快，人们沉迷于形式上的刺激和快感，用简单的快乐麻痹着自己的大脑，在无形中进入娱乐至死的状态。最后，流行语的主要使用者是代表着网络新世代的青年和青少年群体，青年人尚且能够保持清醒，有一定的自制力，而对于媒介素养低、辨别能力差的青少年群体来说，毫无底线原则的玩梗只会对价值取向和身心健康产生消极影响，因此，社会各方必须给予重视，共同引领文明健康的表达方式。

chinaXiv:202303.00766v1

[1] 林爱珺. 网络玩梗背后的表达失语与价值观消解[J]. 人民论坛,2022,(04):95-97.

参考文献：

——期刊文章：
[1] 吴敏.论网络文学民间话语权的回归[J].四川职业技术学院学报,2013,23(06):51-53.
[2] 吴迪,严三九. 网络亚文化群体的互动仪式链模型探究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报),2016,38(03):17-20.
[3] 黄婉童. 网络流行语及其社会传播功能[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版),2019,52(03):123-125.
[4] 王金礼. 元传播:概念、意指与功能[J]. 新闻与传播研究,2017,24(02):118-125.
[5] 于鹏亮,付圣. 青年亚文化视域下网络流行语的使用行为与社会心态分析[J]. 宁夏大学学报(人文社会科学版),2022,44(06):111-115.
[6] 陈万怀. 网络流行语的社会传播意义和功用解析[J]. 新闻界,2013,(17):47-50.
[7] 冯琼. 网络流行语的文化景观与社会心态生成[J]. 声屏世界,2015,(06):66-68.
[8] 林爱珺. 网络玩梗背后的表达失语与价值观消解[J]. 人民论坛,2022,(04):95-97.

chinaXiv:202303.00766v1